

Pressemitteilung

27.11.2007

Smart Concept AG testet die Tankstellen und deren Shops der 8 grössten Anbieter: Testsieger ist Coop

Die Firma Smart Concept AG hat mit „Mystery Shopping“¹ im Oktober 2007 in einer repräsentativen Studie die Sauberkeit, das Angebot und die Freundlichkeit der Mitarbeiter der 8 grössten Tankstellenketten untersucht. Dabei stellte sich heraus, dass der gesamte Aussenbereich wie Beschriftung und Sauberkeit als gut empfunden wird, die Erwartungen ans Gesamtangebot – insbesondere im Shop – jedoch nicht erfüllt wurden. Der Testsieger Coop erreicht ein gutes Resultat von 85.7%, während die Marke mit dem niedrigsten Ergebnis einen Wert von 67.0% erreichte.

Die auf diesem Gebiet spezialisierte Firma Smart Concept AG hat Tankstellen mit Shops der 8 grössten Tankstellenketten mit so genanntem „Mystery Shopping“ getestet. Wie erleben die Kunden die Sauberkeit an den Tankstellen? Wie werden Sie von den Mitarbeitern begrüsst und bedient? Sind Toiletten vorhanden und wenn ja, in welchem Zustand? Entspricht das Angebot in den Shops den Erwartungen?

Wie und was wurde getestet?

Jede Marke wurde im Oktober 2007 zwischen 12 und 14 Mal an verschiedenen Standorten getestet. Die Gesamtstudie umfasst insgesamt 109 Tests. Folgende Punkte wurden beurteilt:

- Beschilderung im Aussenbereich
- Sauberkeit im Aussenbereich
- Schaufenster/Eingangstüre
- Shop
- Kaffee-Ecke
- Toiletten
- Mitarbeiter
- Gesamteindruck

Beim Testsieger Coop werden die Erwartungen erfüllt

Coop führt die Rangliste mit 85.7% knapp vor der zweitplatzierten Marke mit 84.3%. Die Testkäufer geben Coop sowie drei weiteren Marken das Prädikat „gut“. Die restlichen vier Marken schliessen mit der Wertung „genügend“ ab.

¹ **Mystery Calling** wird zur Untersuchung der Beratungsqualität, Freundlichkeit etc. telefonischer Dienstleistungen eingesetzt. Geschulte Testpersonen rufen die zu testende Firma an und lassen sich anhand eines vorgegebenen Szenarios beraten, so, als wären sie interessierte Kunden. Die Ergebnisse werden vom Tester dokumentiert und die gesammelten Daten von Smart Concept AG ausgewertet.

Freundlichkeit der Mitarbeiter

Die Begrüssung wurde bei keiner Tankstelle als durchwegs positiv empfunden. Bei einer Marke wurden über 40% des Erstkontakts als negativ empfunden – sei dies, dass der Kunde unfreundlich oder gar nicht begrüsst wurde.

Sanitäre Einrichtungen

Die Toiletten bei Tankstellen haben grundsätzlich den Ruf, schmutzig und heruntergekommen zu sein. Dies wurde aufgrund der Studie leider auch oft bestätigt. Das Resultat von 65% ist nur knapp genügend. Lediglich eine Marke konnte mit 92.4% ihren Kunden saubere Toiletten zur Verfügung stellen - übrigens dieselbe Marke, die als einzige bei allen Tankstellen sanitäre Einrichtungen für Kunden eingebaut hat.

Fazit

Die Kundennachfrage nach Convenience, One-Stop-Shopping und erweiterten Ladenöffnungszeiten hat einen zunehmend grösseren Stellenwert erhalten. Dieses Bedürfnis hat auch die Angebotsstruktur bei den Tankstellen in den letzten Jahren stark geprägt und verändert.

Um diesem Bedürfnis gerecht zu werden ist es jedoch von Bedeutung, dass das Angebot der Tankstellen und die Erwartungen der Kunden weitgehend gedeckt sind. Kunden werden sich für ihre Einkäufe an jene Tankstellen und Shops begeben, welche ihnen das passende Angebot in entsprechender Umgebung mit aufmerksamem und freundlichem Personal bieten.

Weitere Informationen zu den Studienergebnissen erhalten Sie unter:

Smart Concept AG
Herr Werner Knutti
Bankstrasse 6
8610 Uster
Telefon 044 980 43 43
Fax 044 980 43 46

info@smartconcept.ch

www.smartconcept.ch